

Секція «Менеджменту, маркетингу та управління проектами»

УПРАВЛІННЯ МАРКЕТИНГОМ В БУДІВНИЦТВІ

Сахацький М. П. д.е.н., професор; Запша Г. М., д.е.н., професор;
Сахацький М. М., аспірант
(кафедра менеджменту і маркетингу)

Науково прикладне дослідження управління маркетингом в будівництві актуалізується низкою чинників, до числа основних з яких слід віднести: по-перше, необхідність відбудови порушених війною житлових будинків, промислових споруд та різнопланових інфраструктурних об'єктів; по-друге, інтенсивність інтеграційних процесів України в світовий економічний простір, що, з одного боку, посилює конкуренцію на внутрішньому ринку будівельних товарів та послуг за участю надпотужних за ресурсним потенціалом підприємницьких структур, а з іншого – слугує для вітчизняних будівельників вагомим мотиваційним механізмом для виведення своїх товарних пропозицій на зовнішній ринок, функціонування якого відбувається, переважно, на маркетингових засадах; по-третє, важливість ведення такої виробничо-господарської будівельної та архітектурної діяльності, яка дозволяє збалансувати інтереси виробників будівельних товарів, споживачів, об'єднаних територіальних громад, національного господарського комплексу, природного довкілля й світового співтовариства загалом.

Згідно даних Віце-прем'єр-міністра з питань європейської та євроатлантичної інтеграції України О.В. Стефанішиної, у червні 2022 року Україна набуде статусу кандидата на членство в Європейському Союзі [1]. Проте вказана дата має правовий, а не економічний статус. Бо вже нині в Україні ринок будівельних матеріалів, технологій, техніки й інших товарних ліній наповнений продукцією зарубіжного походження. Аналогічна картина спостерігається також на ринку автомобілів, побутової техніки, комп'ютерів, засобів зв'язку, радіоелектроніки тощо. Домінування на вітчизняному ринку товарів іноземного походження відбувається за рахунок здійснюваного зарубіжними фірмами ефективного маркетингу. Відтак, перспективи відстоювання внутрішнього ринку й вихід з товарними будівельними пропозиціями на світовий ринок потребує результативного управління маркетингом щодо його планування, організації, мотивації, контролю.

Література

1.Електронний ресурс. Режим доступу: https://censor.net/ua/news/3332571/ukrayina_podast_zayavku_do_yevrosoyuzu_tsogo_lita_yermak